

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ КОНКУРЕНТНОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ УКРАИНЫ**

**В.А. Однолько**

Одесский национальный экономический университет, [odnolko.vika@ukr.net](mailto:odnolko.vika@ukr.net)

В национальной экономике Украины существует множество социально экономических систем, которые формируют базис для обеспечения эффективного развития других составляющих. Немаловажное значение в экономике страны играют торговые предприятия, существование которых обеспечивает доведение продукции производителей к конечному потребителю, а также удовлетворение возрастающих потребностей покупателей в связи с изменением рыночных параметров, макроэкономических показателей и факторов внешней среды.

Необходимо отметить, что в связи с возникновением конкурентных явлений в экономике страны, торговые предприятия адаптируются к изменениям потребительского рынка и платежеспособного спроса покупателей, снижению деловой активности производителей продукции, органов государственного регулирования и других контрагентов. Соответственно, это отображается на их конечных результатах, ресурсном потенциале и показателях эффективности.

Торговое предпринимательство для своего роста и развития нуждается в стабильных экономических условиях. Нестабильная экономическая среда особенно негативно влияет на торговлю, которая не может формировать среду под себя, и вынужден приспосабливаться.

За последний год в Украине серьезно сократилась сеть объектов розничной торговли – магазинов, киосков и автозаправочных станций. Такой вывод позволяют сделать данные Укрстата о численности предприятий, которые указали розничную торговлю основным видом своей деятельности.

Так, если на 1 января 2017 года в Украине насчитывалось 38 439 магазинов, то к 1 января 2018-го их было уже 32 662, или на 15% меньше. Киосков год назад было почти 4,5 тыс. – осталось 2854, т. е. на 38% меньше (очевидно, Укрстат посчитал только киоски, которые официально зарегистрированы и работают на полностью законных основаниях – ред.). С АЗС ситуация даже чуть хуже: за год их число сократилось с 6,4 тыс. до 3789 – более чем на 40%.

Суммарно на 1 января 2017 года в Украине насчитывалось 49,3 тыс. объектов розничной торговли, а спустя год осталось 32,6 тыс. То есть за год закрылась примерно каждая пятая торговая точка.

Годом ранее, с 2016 до 2017 года, общее количество объектов розничной торговли уменьшилось менее чем на 1%: с 49 587 до 49 326 единиц. С 2015-го по 2016-й сокращение тоже было небольшим: всего на сто единиц.

К негативным факторам тормозящим развитие торговых предприятий Украины относятся влияния внешней среды: увеличение инфляции; высокий уровень налогообложения; колебания валютного курса; диспропорции потребительского рынка; изменение импорта; снижение уровня реальных доходов покупателей и платежеспособного спроса; увеличение безработицы; невозможность привлечения финансовых ресурсов для формирования товарных запасов из-за их дороговизны; увеличение конкуренции со стороны международных торговых сетей и др.

А также негативные факторы внутренней среды: невозможностью прогнозирования тенденций и разработки стратегии на будущее; сокращение персонала; увеличением издержек обращения; недостатком оборотных средств; низким уровнем антикризисного менеджмента; диктатом со стороны производителей относительно ценообразования и товарного ассортимента; отсутствием средств на расширение технико-технологической базы и пассивной части основных средств и т.п.

К стратегическим приоритетам можно отнести такие меры:

- контроль политики ценообразования;
- определение размеров торговой наценки и рентабельности;
- недопущение недобросовестной конкуренции среди участников потребительского рынка;
- регулирование условий и сроков хранения продукции, маркировки товаров;
- соблюдение правил продажи товаров;
- организация контроля санитарных норм торговли;
- оптимизация расчетов потребителей за товары с использованием современных систем оплаты и безналичного расчета;
- сокращение количества неприбыльных и неэффективных торговых предприятий;
- сокращение негативных явлений на потребительском рынке как фальсификат, контрабанда и контрафактная продукция;
- формирования эффективной финансовой и денежно-кредитной политики;
- совершенствования налоговой политики;
- использования гибких методов амортизационной политики.

Реализация предложенных выше и других мероприятий в значительной мере будет способствовать поддержанию конкурентоспособности торгового предпринимательства на внутреннем и внешнем рынках, его укреплению, что в конечном итоге положительно скажется на уровне социально-экономического развития страны и качества жизни населения Украины.

#### ***Список использованных источников:***

1. Варналій З.С. Конкуренція і підприємництво: монографія / З.С. Варналій. – Київ: Знання України, 2015. – 463 с.
2. Кашуба Я.М. Японський феномен розвитку приватного бізнесу / Монографія. – Львів: Астролябія, 2009. – 272 с.
3. Самсоненко В.В., Луцюк С.В. Всеукраїнський електронний агрегатом – нові можливості для розвитку вітчизняного малого та середнього бізнесу // Зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конференції «Мале та середнє підприємництво: проблеми і перспективи розвитку в Україні», 17-18 листопада 2016 р. / КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2016. – С.37-43.